

ТЕНДЕРНЫЕ ТОРГИ

ТЕНДЕР

- ⦿ **Тендер (англ. *tender* – предложение)** – конкурентная форма отбора предложений на поставку товаров, оказание услуг или выполнение работ по заранее объявленным в документации условиям, в оговоренные сроки на принципах состязательности, справедливости и эффективности.
- ⦿ **Контракт заключается с победителем тендера** – участником, подавшим предложение, соответствующее требованиям документации, в котором предложены наилучшие условия.



Основная цель проведения тендера - это повышение эффективности закупочной деятельности

Основные функции любого тендера:

1. Выбрать лучшего поставщика
2. Заставить снизить цены
3. Найти контакт с незнакомыми организациями
4. Сделать оптимальный, правильный выбор.

Зачем компании проводят тендеры?

- Изучение неизвестного сегмента рынка
- Недоверие к отделу закупок своей организации
- Все проводят и мы проводим

ОБОЮДНАЯ ПОЛЬЗА ТЕНДЕРА

◎ **Для заказчика** - это возможность выбора лучшего - и по цене, и по качеству.

◎ **Для участника** - это возможность:

1. Показать свой профессиональный уровень
2. Пополнить портфолио и приобрести опыт
3. Получить заказ
4. Впоследствии использовать факт победы в тендере как элемент саморекламы.



ВИДЫ ТЕНДЕРОВ

- Первая разновидность тендера - это «тендер цены».
- В этом случае заказчик точно знает, какие виды работ и в каком объеме потребуются ему для выполнения задачи. А исполнители (участники тендера) выдвигают свои предложения по конкретным видам работ, срокам, периоду гарантийного обслуживания, дополнительным услугам - и главное по цене. Этот вид тендеров, как правило, не приносит сюрпризов ни компании-заказчику, ни участникам тендера. Выбор между подрядчиками производится главным образом по цене.

ВИДЫ ТЕНДЕРОВ

- Второй вид тендеров - это так называемый тендер «открытых решений» (тендер «открытого брифа»). Такой тендер организовывается в том случае, когда специалисты компании только приблизительно представляют какие виды работ и услуг, потребуются им для достижения желаемого результата. Тендер «открытых решений» может объявляться так же в том случае если желаемый результат можно достигнуть с помощью различных методов и решений. Компании участники - со своей стороны предлагают свое видение решения проблемы.

СТАНДАРТИЗИРОВАННЫЙ ЦИКЛ ПОДГОТОВКИ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕНДЕРА

- 1 этап. Формирование внутри компании списка задач, выносимых на тендер, и согласование типа организаций, принимающих в нем участие. Принятие решения о проведении тендера.
- 2 этап. Создание «брифа» (Приглашение к участию).
- На этом этапе сотрудник, ответственный в компании - заказчике за подготовку и проведение тендера, должен изложить в едином документе цели проекта (проведения тендера) и требования к участникам соревнования. Такой бриф (Приглашение к участию) затем будет направлен потенциальным участникам тендера для рассмотрения.

Стандартный бриф предполагает следующий состав:

- описание компании-заказчика
- постановка проблемы
- описание желаемого результата
- требования к участникам тендера
- описание формы подачи заявки (критерии документа)
- критерии оценки претендентов
- сроки проведения тендера

СТАНДАРТИЗИРОВАННЫЙ ЦИКЛ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕНДЕРА

- 3 этап. Выбор компаний - участников.
- После формирования брифа к участию в тендере приглашаются заинтересованные организации. Обычно, если объявляется «тендер цены», то к участию приглашаются 3 - 4 организации. Если же запланировано проведение двухэтапного «тендера решений», то количество участников на первом этапе может быть от 5 до 9, а на второй этап выходят два - три участника, подготовившие наиболее интересные предложения.
- Существует открытый тендер, к участию в котором приглашаются все организации, отвечающие требованиям. Открытый тендер объявляют через специализированные СМИ, Интернет сайты или профессиональные сообщества. Такой вид проведения тендеров должны использовать, например, государственные организации.
- Закрытый тендер предусматривает приглашение участников компанией-организатором. Для приглашения к участию в первом этапе, компании участницы, отбираются по значимым для организатора критериям. Например, это может быть опыт проведения подобных работ, отзывы партнеров, материалы открытой прессы, сайты компаний в Интернете, участие их в рейтингах, профессиональных выставках, конференциях и пр. В этом случае, организатор на основании своих критериев отправляет персональное приглашение принять участие в тендере той или иной компании. Имена участников тендера не афишируются.

СТАНДАРТИЗИРОВАННЫЙ ЦИКЛ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕНДЕРА

- 4 этап. Уточнение позиций.
- На этом этапе работ, компании, подавшие первоначальные заявки на участие в тендере, обращаются к организатору за дополнительной информацией. Уточняют видение проблемы и желаемые пути ее решения. В том случае, когда намечен двухэтапный тендер после рассмотрения предварительной заявки, компании вышедшие во второй тур, готовят итоговые документы.



СТАНДАРТИЗИРОВАННЫЙ ЦИКЛ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕНДЕРА

- 5 этап. Презентация итоговых Предложений.
- Финалистов конкурса приглашают на встречу в компанию-организатор. Именно на этой встрече представители провайдера и имеют возможность убедить компанию-организатор в том, что их решение единственно правильное. На итоговую презентацию приглашаются руководители тех подразделений, которые будут выступать у организатора внутренними заказчиками по проекту.

СТАНДАРТИЗИРОВАННЫЙ ЦИКЛ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕНДЕРА

- 6 этап. Окончательный отбор.
- После проведения презентаций, и внимательного изучения полученного предложения, ответственные руководители компании коллегиально принимают решение о выборе того или иного поставщика. В некоторых компаниях это решение принимается на совещании, с помощью устного обсуждения и уточнения мнения внутренних заказчиков..
- 7 этап. Объявление победителей.
- Хорошим тоном считается на общем собрании или через СМИ (при открытом тендере) или в персональном порядке (если тендер был закрытый) оповестить всех участников о завершении работ и выборе окончательного поставщика решений.